

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

Маркетинг територій (вибірковий ОК)

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг (2025 рік набору)
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)

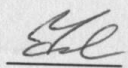
Суми
2025

Розробник:

(підпис)

Катерина Прокопенко, PhD

(прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики	протокол від 16.06. 2025 № 18
	Завідувачка кафедри  Наталія МАКАРЕНКО (підпис)

Погоджено:

Гарант освітньої програми

Наталія МАКАРЕНКО

Декан факультету, де реалізується освітня програма

Світлана ЛУКАШ

Рецензія на робочу програму(додається) надана:

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації

(підпис)

Світлана Романівна

(ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 19.06. 2025 р.

	1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ			
1.	Назва ОК	Маркетинг територій		
2.	Факультет/ кафедра	Факультет Економіки і менеджменту. Кафедра маркетингу та логістики		
3.	Статус ОК	Вибірковий		
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для (заповнюється для обов'язкових ОК)	ОПП Маркетинг першого рівня освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» Галузі знань 07 Управління та адміністрування Кваліфікація: бакалавр маркетингу		
5.	Рівень НРК	6 рівень		
6.	Семестр та тривалість вивчення	1-15 тижнів, денна -3 семестр		
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5		
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття) Денна		Самостійна робота
		Лекційні 30	Практичні /семінарські 30	Лабораторні 90
9.	Мова навчання	українська		
10.	Викладач/Координатор ОК	Phd, Прокопенко Катерина Геннадіївна		
11.	Контактна інформація	Прокопенко К.Г. ауд. 214е . kateryna.gennadiivna@snaeu.edu.ua		
12.	Загальний опис освітнього компонента	В основу дисципліни покладено завдання, принципи та підходи, що передбачають дослідження сутності та специфіки муніципального маркетингу, маркетингових завдань та виконання відповідних функцій; виховання здатності до творчого пошуку навиків і резервів удосконалення маркетингу територій. Дисципліна являє собою курс, що спрямований на формування у студентів умінь системного уявлення про сутність, значення та характеристики маркетингу як технології територіального управління; теоретичні аспекти становлення та розвитку ситуативних і стратегічних концепцій маркетингу територій; виявляти варіанти комплексу маркетингу територій та специфіку його елементів у рамках різних концепцій та різних рівнів територіального маркетингу; формувати практичні навички розробки маркетингових цільових програм, стратегій розвитку територій та застосування маркетингових інструментів у системі територіального управління; рекомендацій до формування, використання та розвитку конкурентних переваг території, виконання конкретних завдань сегментування територіальних суб'єктів, позиціонування територій.		
13.	Мета освітнього компонента	Метою дисципліни є формування комплексу теоретичних знань та практичних навичок з питань використання маркетингового підходу в системі управління соціально-економічним розвитком		

		територій
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на основі вивчення дисципліни Маркетинг в малому бізнесі. 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін: Маркетинг, Діджитал-маркетинг, Маркетинг послуг.
15.	Політика академічної доброчесності	Політика курсу – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до нормативних документів СНАУ про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. https://snau.edu.ua/viddil-zabezpechennya-yakosti-osviti/zabezpechennya-yakosti-osviti/akademichna-dobrochesnist/ Для студентів є неприйнятним: - Під час виконання контрольних робіт та теоретичного опитування використовувати джерела інформації (усні (підказки), письмові (роботи інших осіб), друковані (книги, методичні посібники), електронні (телефони, планшети), недозволені викладачем. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент отримує за заняття 0 балів і зобов'язаний відпрацювати таке заняття. Списування під час контрольних робіт заборонені. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.
16.	Ключові слова	Маркетинг територій, маркетинг громад, маркетинг країни
17.	Посилання на курс на навчальній платформі Moodle	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/enrol/index.php?id=4778

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ . ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу (Денна)				Рекомендована література ¹
	Аудиторна робота		Самостійна робота		
	Лк	П.з / семін. з	Лаб. з.		
Тема 1. Суть і значення маркетингу у соціально-економічному розвитку територій. Традиційні маркетингові інструменти розвитку територій. Характеристика «соціального престижу» в контексті еволюційних змін. Бренд території як її маркетинговий ресурс. Соціально-	4/2	4/-		12/16	основні джерела: 1, 2, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000, 1001, 1002, 1003, 1004, 1005, 1006, 1007, 1008, 1009, 1010, 1011, 1012, 1013, 1014, 1015, 1016, 1017, 1018, 1019, 1020, 1021, 1022, 1023, 1024, 1025, 1026, 1027, 1028, 1029, 1030, 1031, 1032, 1033, 1034, 1035, 1036, 1037, 1038, 1039, 1040, 1041, 1042, 1043, 1044, 1045, 1046, 1047, 1048, 1049, 1050, 1051, 1052, 1053, 1054, 1055, 1056, 1057, 1058, 1059, 1060, 1061, 1062, 1063, 1064, 1065, 1066, 1067, 1068, 1069, 1070, 1071, 1072, 1073, 1074, 1075, 1076, 1077, 1078, 1079, 1080, 1081, 1082, 1083, 1084, 1085, 1086, 1087, 1088, 1089, 1090, 1091, 1092, 1093, 1094, 1095, 1096, 1097, 1098, 1099, 1100, 1101, 1102, 1103, 1104, 1105, 1106, 1107, 1108, 1109, 1110, 1111, 1112, 1113, 1114, 1115, 1116, 1117, 1118, 1119, 1120, 1121, 1122, 1123, 1124, 1125, 1126, 1127, 1128, 1129, 1130, 1131, 1132, 1133, 1134, 1135, 1136, 1137, 1138, 1139, 1140, 1141, 1142, 1143, 1144, 1145, 1146, 1147, 1148, 1149, 1150, 1151, 1152, 1153, 1154, 1155, 1156, 1157, 1158, 1159, 1160, 1161, 1162, 1163, 1164, 1165, 1166, 1167, 1168, 1169, 1170, 1171, 1172, 1173, 1174, 1175, 1176, 1177, 1178, 1179, 1180, 1181, 1182, 1183, 1184, 1185, 1186, 1187, 1188, 1189, 1190, 1191, 1192, 1193, 1194, 1195, 1196, 1197, 1198, 1199, 1200, 1201, 1202, 1203, 1204, 1205, 1206, 1207, 1208, 1209, 1210, 1211, 1212, 1213, 1214, 1215, 1216, 1217, 1218, 1219, 1220, 1221, 1222, 1223, 1224, 1225, 1226, 1227, 1228, 1229, 1230, 1231, 1232, 1233, 1234, 1235, 1236, 1237, 1238, 1239, 1240, 1241, 1242, 1243, 1244, 1245, 1246, 1247, 1248, 1249, 1250, 1251, 1252, 1253, 1254, 1255, 1256, 1257, 1258, 1259, 1260, 1261, 1262, 1263, 1264, 1265, 1266, 1267, 1268, 1269, 1270, 1271, 1272, 1273, 1274, 1275, 1276, 1277, 1278, 1279, 1280, 1281, 1282, 1283, 1284, 1285, 1286, 1287, 1288, 1289, 1290, 1291, 1292, 1293, 1294, 1295, 1296, 1297, 1298, 1299, 1300, 1301, 1302, 1303, 1304, 1305, 1306, 1307, 1308, 1309, 1310, 1311, 1312, 1313, 1314, 1315, 1316, 1317, 1318, 1319, 1320, 1321, 1322, 1323, 1324, 1325, 1326, 1327, 1328, 1329, 1330, 1331, 1332, 1333, 1334, 1335, 1336, 1337, 1338, 1339, 1340, 1341, 1342, 1343, 1344, 1345, 1346, 1347, 1348, 1349, 1350, 1351, 1352, 1353, 1354, 1355, 1356, 1357, 1358, 1359, 1360, 1361, 1362, 1363, 1364, 1365, 1366, 1367, 1368, 1369, 1370, 1371, 1372, 1373, 1374, 1375, 1376, 1377, 1378, 1379, 1380, 1381, 1382, 1383, 1384, 1385, 1386, 1387, 1388, 1389, 1390, 1391, 1392, 1393, 1394, 1395, 1396, 1397, 1398, 1399, 1400, 1401, 1402, 1403, 1404, 1405, 1406, 1407, 1408, 1409, 1410, 1411, 1412, 1413, 1414, 1415, 1416, 1417, 1418, 1419, 1420, 1421, 1422, 1423, 1424, 1425, 1426, 1427, 1428, 1429, 1430, 1431, 1432, 1433, 1434, 1435, 1436, 1437, 1438, 1439, 1440, 1441, 1442, 1443, 1444, 1445, 1446, 1447, 1448, 1449, 1450, 1451, 1452, 1453, 1454, 1455, 1456, 1457, 1458, 1459, 1460, 1461, 1462, 1463, 1464, 1465, 1466, 1467, 1468, 1469, 1470, 1471, 1472, 1473, 1474, 1475, 1476, 1477, 1478, 1479, 1480, 1481, 1482, 1483, 1484, 1485, 1486, 1487, 1488, 1489, 1490, 1491, 1492, 1493, 1494, 1495, 1496, 1497, 1498, 1499, 1500, 1501, 1502, 1503, 1504, 1505, 1506, 1507, 1508, 1509, 1510, 1511, 1512, 1513, 1514, 1515, 1516, 1517, 1518, 1519, 1520, 1521, 1522, 1523, 1524, 1525, 1526, 1527, 1528, 1529, 1530, 1531, 1532, 1533, 1534, 1535, 1536, 1537, 1538, 1539, 1540, 1541, 1542, 1543, 1544, 1545, 1546, 1547, 1548, 1549, 1550, 1551, 1552, 1553, 1554, 1555, 1556, 1557, 1558, 1559, 1560, 1561, 1562, 1563, 1564, 1565, 1566, 1567, 1568, 1569, 1570, 1571, 1572, 1573, 1574, 1575, 1576, 1577, 1578, 1579, 1580, 1581, 1582, 1583, 1584, 1585, 1586, 1587, 1588, 1589, 1590, 1591, 1592, 1593, 1594, 1595, 1596, 1597, 1598, 1599, 1600, 1601, 1602, 1603, 1604, 1605, 1606, 1607, 1608, 1609, 1610, 1611, 1612, 1613, 1614, 1615, 1616, 1617, 1618, 1619, 1620, 1621, 1622, 1623, 1624, 1625, 1626, 1627, 1628, 1629, 1630, 1631, 1632, 1633, 1634, 1635, 1636, 1637, 1638, 1639, 1640, 1641, 1642, 1643, 1644, 1645, 1646, 1647, 1648, 1649, 1650, 1651, 1652, 1653, 1654, 1655, 1656, 1657, 1658, 1659, 1660, 1661, 1662, 1663, 1664, 1665, 1666, 1667, 1668, 1669, 1670, 1671, 1672, 1673, 1674, 1675, 1676, 1677, 1678, 1679, 1680, 1681, 1682, 1683, 1684, 1685, 1686, 1687, 1688, 1689, 1690, 1691, 1692, 1693, 1694, 1695, 1696, 1697, 1698, 1699, 1700, 1701, 1702, 1703, 1704, 1705, 1706, 1707, 1708, 1709, 1710, 1711, 1712, 1713, 1714, 1715, 1716, 1717, 1718, 1719, 1720, 1721, 1722, 1723, 1724, 1725, 1726, 1727, 1728, 1729, 1730, 1731, 1732, 1733, 1734, 1735, 1736, 1737, 1738, 1739, 1740, 1741, 1742, 1743, 1744, 1745, 1746, 1747, 1748, 1749, 1750, 1751, 1752, 1753, 1754, 1755, 1756, 1757, 1758, 1759, 1760, 1761, 1762, 1763, 1764, 1765, 1766, 1767, 1768, 1769, 1770, 1771, 1772, 1773, 1774, 1775, 1776, 1777, 1778, 1779, 1780, 1781, 1782, 1783, 1784, 1785, 1786, 1787, 1788, 1789, 1790, 1791, 1792, 1793, 1794, 1795, 1796, 1797, 1798, 1799, 1800, 1801, 1802, 1803, 1804, 1805, 1806, 1807, 1808, 1809, 1810, 1811, 1812, 1813, 1814, 1815, 1816, 1817, 1818, 1819, 1820, 1821, 1822, 1823, 1824, 1825, 1826, 1827, 1828, 1829, 1830, 1831, 1832, 1833, 1834, 1835, 1836, 1837, 1838, 1839, 1840, 1841, 1842, 1843, 1844, 1845, 1846, 1847, 1848, 1849, 1850, 1851, 1852, 1853, 1854, 1855, 1856, 1857, 1858, 1859, 1860, 1861, 1862, 1863, 1864, 1865, 1866, 1867, 1868, 1869, 1870, 1871, 1872, 1873, 1874, 1875, 1876, 1877, 1878, 1879, 1880, 1881, 1882, 1883, 1884, 1885, 1886, 1887, 1888, 1889, 1890, 1891, 1892, 1893, 1894, 1895, 1896, 1897, 1898, 1899, 1900, 1901, 1902, 1903, 1904, 1905, 1906, 1907, 1908, 1909, 1910, 1911, 1912, 1913, 1914, 1915, 1916, 1917, 1918, 1919, 1920, 1921, 1922, 1923, 1924, 1925, 1926, 1927, 1928, 1929, 1930, 1931, 1932, 1933, 1934, 1935, 1936, 1937, 1938, 1939, 1940, 1941, 1942, 1943, 1944, 1945, 1946, 1947, 1948, 1949, 1950, 1951, 1952, 1953, 1954, 1955, 1956, 1957, 1958, 1959, 1960, 1961, 1962, 1963, 1964, 1965, 1966, 1967, 1968, 1969, 1970, 1971, 1972, 1973, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979, 1980, 1981, 1982, 1983, 1984, 1985, 1986, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204

¹Конкретне джерело із основної чи додатково рекомендованої літератури

економічний аспект брендингу територій. Заходи із захисту від розмивання та крадіжки бренда територій. Територіальний маркетинг у соціально-економічному розвитку.					
Тема 2. Характеристика та комплекс інструментів маркетингу територій. Сутність маркетингу територій. Внутрішній і зовнішній маркетинг територій. Суб'єкти маркетингу територій та їх класифікація. Маркетингове середовище території: внутрішнє й зовнішнє середовище території. Вплив маркетингового середовища на розвиток об'єднаних територіальних громад. Концепція маркетинг-мікс території. Територіальний продукт як інструмент маркетингу територій. Просування територіального продукту Велико – та малобюджетні комунікативні засоби в територіальному маркетингу.	4/2	4/2		16/20	Основні джерела: 1, 2, 5, 6, 7, 9 інші джерела: 1, 2
Тема 3. Сегментація ринку, позиціонування й диференціація територій. Загальні підходи до макросегментації в маркетингу територій. Загальні підходи до мікросегментації в маркетингу територій. Характеристика споживачів ресурсів і суспільних благ територій. Диференціація території: теоретичний та практичний аспекти. Класифікація конкурентних переваг територій. Аналіз конкуренції в маркетингу територій.	4/2	/42		12/18	Основні джерела: 1, 2, 5, 6, 7, 9 інші джерела: 1, 2
Тема 4. Організація та управління територіальним маркетингом. Європейська інтеграція як чинник удосконалення системи маркетингу регіону. Особливості функціонування системи маркетингу мегарегіону. «Портфельна» стратегія в маркетингу територій. Характеристика етапів впровадження територіального маркетингу. Контроль за впровадженням стратегій маркетингу територій.	4/2	4/2		12/18	основні джерела: 2, 5, 6, 7, 9, 11 інші джерела: 1, 2
Тема 5. Маркетинг країни та державний маркетинг. Проблеми розвитку маркетингу в Україні та шляхи їх вирішення. Інформаційна безпека територій	4/2	4/-		12/16	основні джерела: 2, 3, 5, 10, 14 інші джерела: 1, 2, 5

України. Внутрішній і зовнішній імідж країни. Побутовий, соціально-економічний, діловий і фінансовий імідж країни. Вибір бренду в процесі формування іміджу країни.					
Тема 6. Маркетинг регіонів. Управління функціонуванням і розвитком регіону. Регіональний маркетинг як інструмент підтримки сталого регіонального розвитку та його складові. Маркетинг як важлива складова політики органів місцевого самоврядування у сфері місцевого розвитку. Маркетингові стратегії регіонального розвитку. Стейкхолдерська привабливість регіонів. Проблеми формування та використання бренду в регіонах. Імідж і репутація як інструменти маркетингу регіонів.	4/2	4/2		12/20	основні джерела 6, 8, 11, 14 інші джерела: 5
Тема 7. Маркетинг міст та туристичних територій. Маркетинг міста. Специфіка міського маркетингу. Місто й маркетингові комунікації. Імідж міста й інструменти муніципального маркетингу. Роль маркетингу у розвитку туристичної індустрії регіону. Особливості зеленого туризму. Становлення та розвиток туристичного маркетингу. Функції маркетингу туристичних територій. Основні умови та принципи застосування маркетингу в туризмі. Розробка маркетингової стратегії туристичних територій. Територіальний маркетинг як чинник формування туристичної привабливості регіону.	6/2	6/2		14/18	основні джерела 2, 3, 4, 11, 12, 14 інші джерела: 3, 6
Всього	30/14	30/10		90/126	

3. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

Тема	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем під час аудиторних занять, консультацій)	К-сть годин дф/зф	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати студент самостійно)	К-сть годин дф/зф
Тема 1. Суть і	Мультимедійна лекція	8/2	Читання (опрацювання	12/16

значення маркетингу у соціально-економічному розвитку територій.	Дискусія Консультації викладача		теоретичного матеріалу) Методи навчання за характером логіки пізнання (аналітичний, методи синтезу, індукції та дедукції)	
Тема 2. Характеристика та комплекс інструментів маркетингу територій.	Мультимедійна лекція Мозковий штурм Консультації викладача	8/4	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Тест множинного вибору	16/20
Тема 3. Сегментація ринку, позиціонування й диференціація територій.	Мультимедійна лекція Дискусія Метод кейсів (case study) Робота на практичних заняттях	8/4	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Взаємне навчання (peer to peer learning) Командна розробка кейсів Написання розрахунково-дослідницької роботи та її захист контрольної	12/18
Тема 4. Організація та управління територіальним маркетингом.	Мультимедійна лекція Перевернутий клас Метод кейсів (case study)	8/4	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Взаємне навчання (peer to peer learning) Написання розрахунково-дослідницької роботи та її захист контрольної	12/18
Тема 5. Маркетинг країни та державний маркетинг.	Мультимедійна лекція Дискусія Метод кейсів (case study) Робота на практичних заняттях	8/2	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Взаємне навчання Робота в малих групах (підготовка командної презентації та захист кейсів)	12/16
Тема 6. Маркетинг регіонів.	Мультимедійна лекція Консультації викладача Дискусія Метод кейсів (case study) Робота на практичних заняттях	8/4	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Аналітичні методи навчання; обмін думками (think-pair-share) Командна презентація та захист кейсів	12/20
Тема 7. Маркетинг міст та туристичних територій.	Мультимедійна лекція Дискусія Метод кейсів (case study) Робота на практичних заняттях	12/4	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Взаємне навчання (peer to peer learning) Командна розробка кейсів Написання розрахунково-дослідницької роботи та її	14/18

			захист контрольної	
--	--	--	-----------------------	--

4. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

4.1 Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

4.2 Сумативне оцінювання

5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1.	Теоретичний зріз знань: Усне опитування (за кожну правильну відповідь 1 бал) по першому та другому рубіжному контролю Максимальна оцінка по першому теоретичному рубіжному контролю - 5 балів Максимальна оцінка по другому теоретичному рубіжному контролю - 5 балів	10 балів / 10%	3-й, 11-й тиждень
2.	Складання (написання) контрольних робіт по 2 рубіжних контролях	10 балів / 10 %	4-й, 12-й тиждень
3.	Тест множинного вибору	20 балів / 20 %	6-й, -13-й тиждень
4.	Захист індивідуальних розробок з проведення маркетингових досліджень (підготовка матеріалу дослідження, написання висновків та пропозицій, підготовка презентації, захист)	30 балів / 30 %	6-й, -13-й тиждень
5.	Підсумковий контроль: виконання комплексного завдання за освітнім компонентом - теоретичні питання - аналітико-практична ситуація	30 балів/30%	Згідно графіку здачі

4.3 Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Письмове оцінювання Теоретичний зріз знань: Усне опитування (за кожну правильну відповідь 1 бал) по першому та другому рубіжному контролю Максимальна оцінка по першому	<6 балів	6-7	8 балів	9-10 балів
	Студент володіє окремими теоретичними елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни. Знає сучасні технології

теоретичному рубіжному контролю - 5 балів Максимальна оцінка по другому теоретичному рубіжному контролю - 5 балів		допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.		та методи розрахунків з даної дисципліни.
	<6 балів	6-7	8 алів	9-10 балів
Складання (написання) контрольних робіт по 2 рубіжних контролях	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкрити, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання але є неточності у описаних управлінських рішеннях. Помилки у рішеннях не є системними.	Виконано усі вимоги завдання, продемонстрован о, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми
	<60% правильних відповідей	60-74 % правильнх відповідей	75-89 % правильних відповідей	90-100 % правильних відповідей
Тест множинного вибору	Студент володіє окремими теоретичними елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни.
	<18 балів	18-22 бали	23 -26 балів	27-30 балів
Захист індивідуальних розробок з проведення маркетингових досліджень (підготовка матеріалу дослідження,	Вимоги щодо захисту індивідуальної розробки не виконано.	Захист індивідуальної розробки виконано, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача. Є	Виконано усі вимоги захисту індивідуальної розробки, але є неточності у сформованих управлінських рішеннях. При захисті індивідуальної розробки студент дає	Виконано усі Виконані усі вимоги захисту індивідуальної розробки, продемонстрова но креативність, вдумливість, запропоновано власне

написання висновків та пропозицій, підготовка презентації, захист)		відповідність алгоритму у презентації, але відсутнє глибоке розуміння проблематики дослідження.	вичерпні пояснення, але є неточності у пропозиціях.	управлінське вирішення проблеми. Вміє аналізувати та співставляти дані господарюючих суб'єктів на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь.
	<19 балів	19-23	24-28	29-30 балів
Підсумковий контроль виконання комплексного завдання за освітнім компонентом - теоретичні питання - аналітико-практична ситуація	Частково висвітлено теоретичне завдання; вимоги щодо практичної ситуації не виконано, управлінські рішення відсутні.	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз окремих елементів практичного завдання, не повністю розкриває вирішення проблеми.	Виконано усі вимоги до теоретичного та практичного завдання, є неточності в пропозиціях.	Виконано усі вимоги до завдання, продемонстровано теоретичні знання та практичні навички в формулюванні управлінських рішень.

4. 4 Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Опитування та усні коментарі викладача за його результатами	3,6,9,12,15 тиждень
2	Самооцінка поточного тестування	7,14 тиждень
3	Перевірка та обговорення контрольних робіт	8,15 тиждень
5	Настанови викладача в процесі виконання практичних завдань	кожну пару
6	Обговорення та самокорекція виконаної домашньої роботи студентами	через кожне практичне заняття
7	Розв'язування ситуаційних завдань	на кожній парі
8	Перевірка та оцінювання письмових завдань	3,6,9,12,15 тиждень

5 НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

5.1 Основні джерела

Підручники, посібники

1 Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства. навч. посібн. Київ: Центр навчальної і практичної літератури, 2019. 612 с.

- 2 Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. навч. посіб. Київ: Центр навчальної і практичної літератури, 2017. 536 с.
- 3 Жарська І.О. Практикум з маркетингу: теоретичні основи, тести, завдання, кейсові вправи: навч. посіб. Одеса: Атлант VOI COIU, 2016. 284 с.
- 4 Корінєв В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: підручн. Київ: Центр навчальної і практичної літератури, 2019. 200 с.
- 5 Косар Н. С., Мних О. Б., Крикавський Є. В., Леонова С. В. Маркетингові дослідження: Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с. підручн.
- 6 Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: навч. посібн. Київ: Вид-во «Альпіна Паблішер Україна», 2020. 242 с.
- 7 Крикавський Є. В., Данько Т. І., Ярошевич Н. Б. Маркетинг та менеджмент: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. 96 с.
- 8 Липчук В. В., Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Янишин Я.С. Маркетинг: навч. посіб. Львів: «Магнолія 2006». 2021. 456с.
- 9 Липчук В. В., Погребняк Л. В. Маркетингові дослідження: підруч. Львів: «Магнолія 2006». 2021. 352 с.
- 10 Маркетинг технічних інновацій: підруч. / М.К.Сукач, І.І.Ніколенко, Г.О.Оборський, С.І.Федоркін, М.В.Любомирський, І.В.Прокопович, П.П.Швагірев. Київ: вид-во «Ліра-К». 2020. 480 с. за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка.
- 11 Маркетинг: бакалаврський курс: підр. / Університетська книга, 2016. 1134 с. Суми: Університетська книга, 2016. 1134 с.
12. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова цінова політика: підручн. Київ: Центр навчальної і практичної літератури, 2020. 246 с.
- 13 Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу. навч. посіб. Київ: вид-во «Ліра-К». 2020. 468 с.
- 14 Територіальний маркетинг: збірник завдань для практичних занять і самостійної роботи (практикум) / В.М. Шевченко, А.Д. Мостова. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2017. 96 с.
15. Череп О.Г. Маркетинг: навч. посіб. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 728 с.

Інші джерела

1. Данько Т. І., Яворська Н. П. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Львів: Видавництво
2. Макаренко Н.О. Сталий розвиток сільськогосподарського виробництва: теоретичний і практичний аспекти: монографія. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2018. 221 с.
3. Пінішко В. С., Рудницька О. В. Ціно- і тарифотворення: навч. посіб. Львів: «Магнолія 2006». 2021. 212 с.
4. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетингологів: підручн. Київ: Центр навчальної і практичної літератури, 2019. 202 с.
5. Траут Дж., Райс Е. Маркетингові війни. Київ: Вид-во «Фабула», 2019. 240с.
6. Про ціни та ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 р. No 5007- VI. Голос України. 2012. No98. с. 7-11. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text>
7. Гринчук Н. Формування територіальних маркетингових стратегій: Базове навчання кандидатів на участь у мережі. Київ: Всеукраїнська мережа фахівців та практиків з регіонального і місцевого розвитку, 2014. 43 с. URL: http://regionet.org.ua/files/08.Territorial_Marketing_Grynychuk_Materials_UA.pdf
8. Брендинг і маркетинг територій: Кейс-стаді / Федерація канадських муніципалітетів. Київ: Партнерство для розвитку міст «Проміс», 2019. 58с. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2019/09/Case_Study_PLEDDG_Regional_BrandingMarketing_2019.pdf

5.2 . Програмне забезпечення

1. <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1653>
2. Мультимедіа, відео- і звуковідтворювальна, проєкційна апаратура (відеокамери, проєктори, екрани).
3. Програмне забезпечення (для підтримки дистанційного навчання, Інтернет-опитування, Zoom, Moodle.)